试论广播媒体与微信公众平台的融合发展

摘　要：在过去几十年里，广播媒体位于传媒群体的龙头位置，一家独大。但是，随着新媒体的不断发展，对传统广播媒体造成了强烈冲击，欠缺视觉冲击的广播媒体逐渐淡出人们关注的视野。半导体的衰落，智能手机的兴起，传统广播人在不断创新和实践中意识到只有与新媒体纵深发展才能顺应时代潮流，其中，最具代表性的就是广播媒体与微信公众平台的融合发展。基于此，本文立足新媒体时代，以传统广播媒体与微信公众平台融合发展的优势为切入点，同时提出了两者融合发展的途径，以期能够助力传统广播媒体突破发展瓶颈，实现长远发展。

关键词：广播媒体；微信公众平台；融合发展

中图分类号：G222　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2018）10-046-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.10.014

文 / 徐瑛

在新媒体时代下，传统广播媒体为了能够适应时代发展，提高收视率，吸引更多关注，在激烈的社会竞争中站稳脚跟，占领市场份额，纷纷开始尝试开设微信公众号，将自身广播传媒领域中的影响力延伸到微信平台上，而微信公众号所具有的优势也为传统广播媒体提供了广阔的发展前景。

1. 广播媒体与微信公众平台融合发展的优势

1.1 弥补传统广播媒体的即逝性

以往传统的广播媒体传播速度快，通过无线电信号、卫星信号、有线网络就可以传向千家万户，观众只需要通过收音机、电视就可以收看收听节目。比如广播电台，无线电波稍纵即逝，很多听众无法再次收听；又比如，在数字电视出现前，很多地方台会同步直播新闻联播，但是，观众如果错过就无法进行回看。而微信能够实现广播节目在公众平台上的收看收听，能够很好解决这些问题。当前，半数以上的广播媒体开设了微信公众号，并提供节目点播、收听服务，操作非常简便，用户只需要打开公众号，点击底部点播按钮就能够随时随地观看电视节目，收听电台广播。同时，点播服务还可以进行后台操作，用户在收听节目时还可以对手机进行其他操作，此时，广播可以在后台继续运行，以“背景声音”出现。这样的方式弥补了广播媒体的即逝性，同时也体现出广播电视的伴随性。

1.2 消息推动增强传播影响

针对县级广播来讲，可以借助微信公众号的推送功能，结合时下国内外时事焦点，整合本地热点信息，在向用户推送广播节目和新闻资讯的同时，也可以插入广告，刺激受众群体的关注和消费。一旦受众群体关注其微信公众号，就可以直接通过手机终端进行咨询，如当前城市路况、时下流行的餐厅、旅游信息等，不仅如此，受众群体还可以参与话题讨论。通过这样的方式获取受众群体的眼球，提高点击率，进而提高县级广播电台的影响力和公信力。

在互联网时代下，人人都是新闻的传播者和生产者，同时也是新闻的接收者。县级广播电台在与微信公众平台融合发展的过程中，所产生的新闻传播模式发生了翻天覆地的变化，并不需要像以往传统的新闻媒体那样借助机构、固定场所、团队发布信息，只要有互联网的地方就可以成为信息发布点，这样的新闻传播机制极大地提高了新闻报道的速度。

此外，广播电台在微信公众平台发布新闻、讯息后，还能够随时随地接收受众群体的意见反馈，更加及时地掌握和了解受众群体的需求。与以往的传播方式相比，广播电视台借助微信公众平台所开展的信息传播活动，能够切实提高信息反馈效果的时效性。同时，广播媒体还可以通过微信公众平台与受众群体进行互动讨论，其信息的传播形式也逐渐多样化，并不仅仅局限于以往的图文形式，而是将图像、音频、视频等多种直观的方式融入其中。

1.3 增强与受众群体的互动性

广播媒体可以将微信公众号作为联系受众群体，与之进行互动交流的平台。用户关注微信公众号后，就可以直接参与到谈话类节目中，通过发帖、虚拟送花等方式参与到节目中来[1]。以往传统的广播在节目内容传播上，主要采取单向传播方式，忽略了受众群体的表达需求。随着我国人民在精神文明需求上的增加，广播节目必须要根据受众群体的心理需求开展有针对性的互动话题，只有这样才能吸引更多的受众群体，满足其个性化需求。广播节目传播及时的特点深受一部分受众群体的喜爱，主要是由于他们能够更好地参与其中，这在民生类或是访谈类节目中表现尤为突出。随着微信的全面普及，受众群体可以快速地在微信上对节目内容进行评价，如果受众群体的观点和意见在节目中能够得到重视与转述，往往对其会产生极大的满足感。

1.4 节目源也可以从微信中挖掘

微信能够发布消息、图像、音视频，也能够向朋友

展示自己的生活心情，还能够作为交友工具拓展社交圈，同时还可以搜索各种公众号进行关注，进而接收各种各样的资讯信息。对此，广播媒体就可以通过选取当下用户最关注的热点话题、焦点新闻制作节目，并通过公众号平台播出，这样用户在收听节目的同时也能够与主持人进行互动，及时反馈自己对节目的意见和建议，同时用户也可以作为新闻的发布者，将自己身边的趣闻轶事发布出去，节目组可以对用户所发布的新闻进行筛选，选取具有新闻价值的事件丰富节目内容，听众乐于参与其中，主持人也能够及时与观众互动，整个节目变得更有活力。

2. 广播媒体与微信公众平台的融合发展

2.1 善用摇一摇

微信摇一摇是腾讯公司以微信为平台开发的一项陌生交友的应用，通过摇动手机系统能够自动匹配出在同一时间段使用该功能的其他微信用户，从而为用户提供了更为广阔的互动平台和交流机会。对此，广播媒体可以借助微信摇一摇功能，在节目中邀请听众参与其中，这种方式能够让场内、场外以及主持人同时参与活动，更有利于增强听众对节目的黏性。此外，广播还可以借助后台统计出该时间段有多少人参与了活动，有利于广播对节目受众群体数量的了解，并从中随机抽取获奖者[2]。这样的形式能够突破地域限制，只要是在收听广播节目的听众就能够参与其中，同时后台也能够指定具体的人群参与摇一摇环节，比如必须要关注节目微信公众号，这样就能够更好地吸纳粉丝数量，并对中奖率进行有效控制。

2.2 巧用推送

各个广播电台所制作的节目在定位上都有所差异，同时任何一家广播媒体的受众群体都是多样性的，所涵盖的职业和领域甚为广泛。但是也存在一个非常明显的问题：县级广播媒体在受众群体上稍有劣势，在举办一些重要活动时，或是发布重要新闻时很难引起广泛地关注。对此，作为县级广播媒体可以借助微信公众平台推送功能，向所有关注微信公众号的用户推送相关通知、新闻或是讯息，以此扩大宣传规模和途径。此外，广播媒体在与微信公众平台融合发展的过程中要注意以下问题：第一，在大力发展和推广微信公众号的同时，尽量不要选用节目名称作为微信公众号的名字，若是节目改变，会导致前期经营的粉丝和受众群体流失；第二，要加强管理。微信公众平台的建立是为了能够加强与用户的交流沟通，推广节目，提高收视率，不能成为管理者自己个人推广平台，这对于广播媒体来说不利于品牌形象的建立和维护；第三，构建完善的微信公众平台考核机制，对推广较好、执行力较高、受众反馈信息好的微信公众号平台要给予一定奖励，反之要进行相应的惩罚；第四，要重视用户体验，把控好推广信息的时间、数量，过多会引发用户反感和抵触，过少则又无法吸引关注，提高收视率。

2.3 品牌塑造

随着互联网时代的到来，以往传统的广播媒体也开始探索全新的发展之路，纷纷借助微信、微博等新媒体平台推广和宣传自身品牌，比如开通微博账号、申请微信公众号，通过在这些平台发布消息吸引新用户关注，但是随着微信公众号的迅猛发展，传统广播媒体在公众号上推广和发布的信息、新闻都存在较强的同质性，所发布的信息质量大幅下降。其实，微信公众号就是通过用户订阅和关注提高自身影响力，公众号与用户之间的关系其实质就是订阅与被订阅，要想维系这种并不稳固的关系，增强彼此的黏性，就必须提高所发布内容的质量[3]。当用户在公众号中所获得的节目信息是其所需求的，能够符合其喜好的，那么这样的订阅关系才能持久保持下去，若是公众号所发布的节目信息质量得不到保障，长此以往势必会导致订阅用户取关。从县级广播媒体的发展层面看，借助微信公众号这一平台能够很好地推广自身品牌的影响力，这在某种程度上使得以往互动性不强的缺点得到了填补。传统广播媒体在以往节目传播过程中其模式相对单一，观众处于被动接收节目的位置，广播媒体单向的信息传送往往只能通过收视率判断节目是否受欢迎，无法及时有效地获得用户的意见和反馈。微信公众号这一新媒体平台的出现，如果广播媒体能够与其融合发展势必能够吸引更多的新用户，同时借助微信公众平台互动性强的特点，观众也能够参与到节目的制作中来，进而实现节目与观众的零距离，增强彼此的互动性，提高用户对节目的黏性和关注度。

结语

总而言之，在新媒体日益发展的当下，作为县级广播媒体必须要紧跟时代步伐，调整发展方式，积极与新媒介融合发展，以此突破发展瓶颈。与微信公众平台的有效结合能够提高受众的黏性，增强与受众之间的互动，提高收视率，推动传统广播媒体健康持续发展。媒

参考文献

[1] 左力 . 媒体融合时代广播与新媒体融合的路径探析——以中央电台中国之声的融合实践为例 [J]. 中国广播，2017（01）：68-71.
[2] 程业慧 . 广播新闻的微信平台传播策略研究论述 [J]. 媒体时代，2015（12）.
[3] 赵君，付蓉 . 浅谈微信公众号在广播电台中的应用 [J]. 今传媒，2016，24（08）：140-141.

（作者单位：浙江省兰溪市广播电视台）